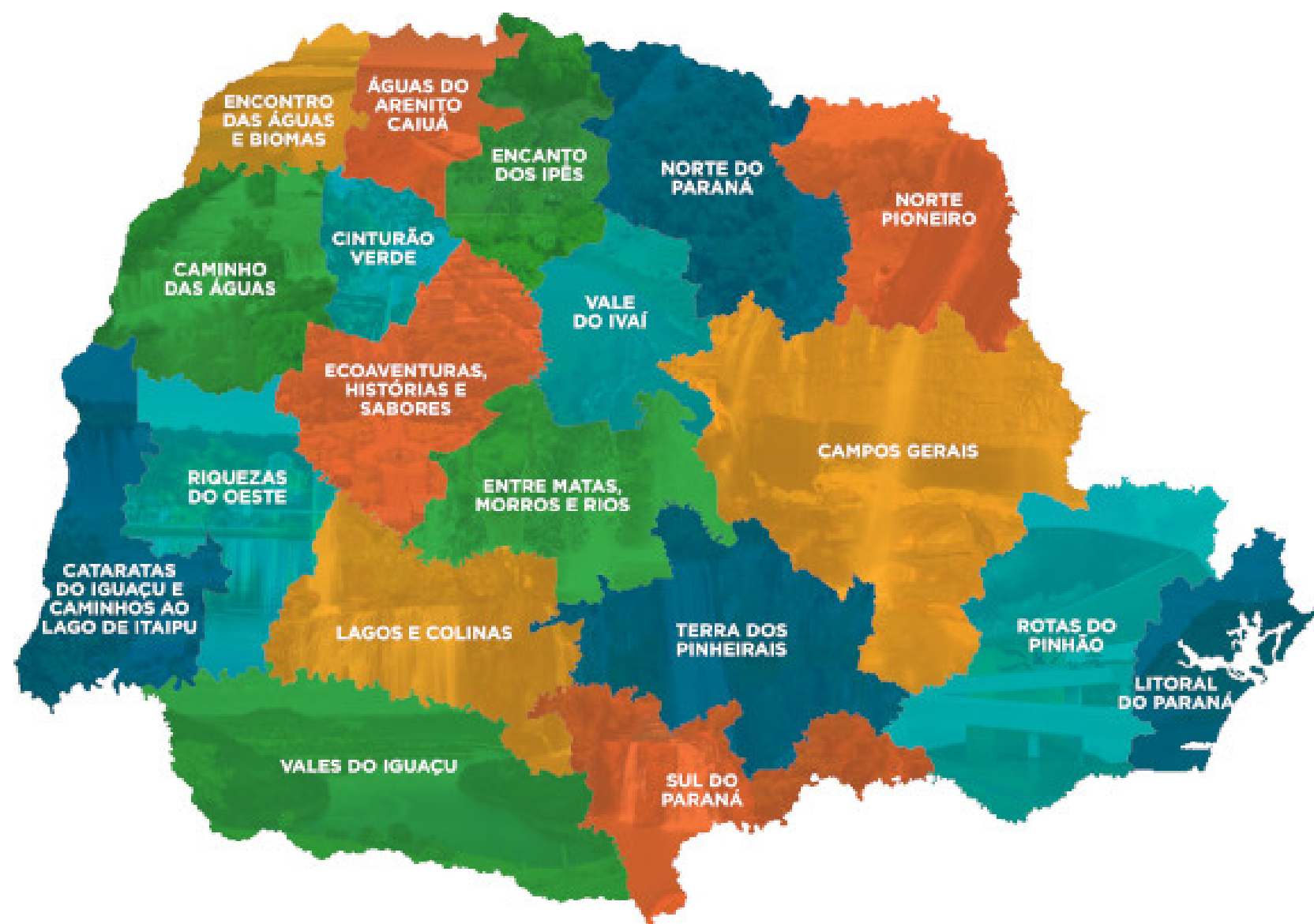


Pesquisa empresarial 2025

Paraná



Fonte: Viaje Paraná, 2025.

Sobre a pesquisa

A Secretaria de Estado do Turismo do Paraná (SETU) realizou, entre os meses de julho e agosto de 2025, uma pesquisa direcionada aos empresários que desenvolvem atividades características do setor turístico no Estado. O levantamento teve como objetivo compreender o **perfil dos empreendimentos**, identificar demandas, desafios e oportunidades, bem como subsidiar a formulação de políticas públicas e estratégias de **fortalecimento da atividade turística paranaense**.

Territórios Turísticos do Paraná

Respostas por território turístico e cadastros no CADASTUR

O **Paraná** conta com **18 territórios turísticos** que impulsionam o setor, valorizando o potencial de cada região. Segundo dados do CADASTUR, o Estado possuía 13.219 empresas cadastradas. A pesquisa identificou que **24,2% das empresas*** das atividades ainda não estão registradas no sistema, evidenciando uma lacuna na formalização do setor, dificultando a obtenção de dados precisos para o planejamento e desenvolvimento de estratégias para o turismo regional.

Os **territórios com maior retorno** de respostas com base no CADASTUR foram:

- Encontro das Águas e Biomas, 93,3%;
- Cinturão Verde, 46,0%;
- Sul do Paraná, 38,4%;
- Litoral do Paraná, 34,8%;
- Águas do Arenito Caiuá, 23,7%.

De acordo com o **total de respostas** as Regiões com destaque foram: Rotas do Pinhão (21,2%), Litoral do Paraná (9,9%), Cataratas o Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu (8,9%), Vales do Iguaçu (8,1%) e Encantos dos Ipês (7,8%).

Segundo os respondentes da pesquisa, somente 24,2% das empresas não estão cadastrados no CADASTUR. Já os dados da RAIS de 2023, mostram a existência de 32.701 estabelecimentos no território com ao menos 1 vínculo empregatício.

Território Turístico	Cadastros Cadastur	Respostas
Águas do Arenito Caiuá	97	23
Caminho das Águas	205	27
Campos Gerais	670	104
Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu	2.797	138
Cinturão Verde	100	46
Ecoaventuras, Histórias e Sabores	274	39
Encantos dos Ipês	792	122
Encontro das Águas e Biomas	75	70
Entre Matas, Morros e Rios	170	24
Litoral do Paraná	443	154
Norte do Paraná	861	119
Norte Pioneiro	235	35
Riquezas do Oeste	580	61
Rotas do Pinhão	4.360	330
Sul do Paraná	112	43
Terra dos Pinheirais	448	65
Vale do Ivaí	244	32
Vales do Iguaçu	756	127
Total	13.219	1.559

Fonte: Ministério do Turismo e SETU, ago/2025.

*Artesanato e Produtor Rural, não fazem parte do Cadastur.

Atividades das empresas

Atividade dos Respondentes	Respostas (%)
Agência de Turismo	24,7%
Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares	22,5%
Meio de Hospedagem	16,2%
Produtor Rural*	7,8%
Organizadora de Eventos	5,6%
Prestador Especializado em Segmentos Turísticos	4,9%
Transportadora Turística	4,6%
Artesanato*	3,4%
Prestador de Serviços de Infraestrutura de Apoio a Eventos	2,8%
Emp. de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva	2,0%
Parque Temático / Parque Aquático	1,9%
Acampamento Turístico	1,7%
Casa de Espetáculos / Centro de Convenções	0,8%
Locadora de Veículos para Turistas	0,7%
Guia de Turismo	0,4%
Total	100,0%

*: Artesanato e Produtor Rural, não fazem parte do Cadastur.

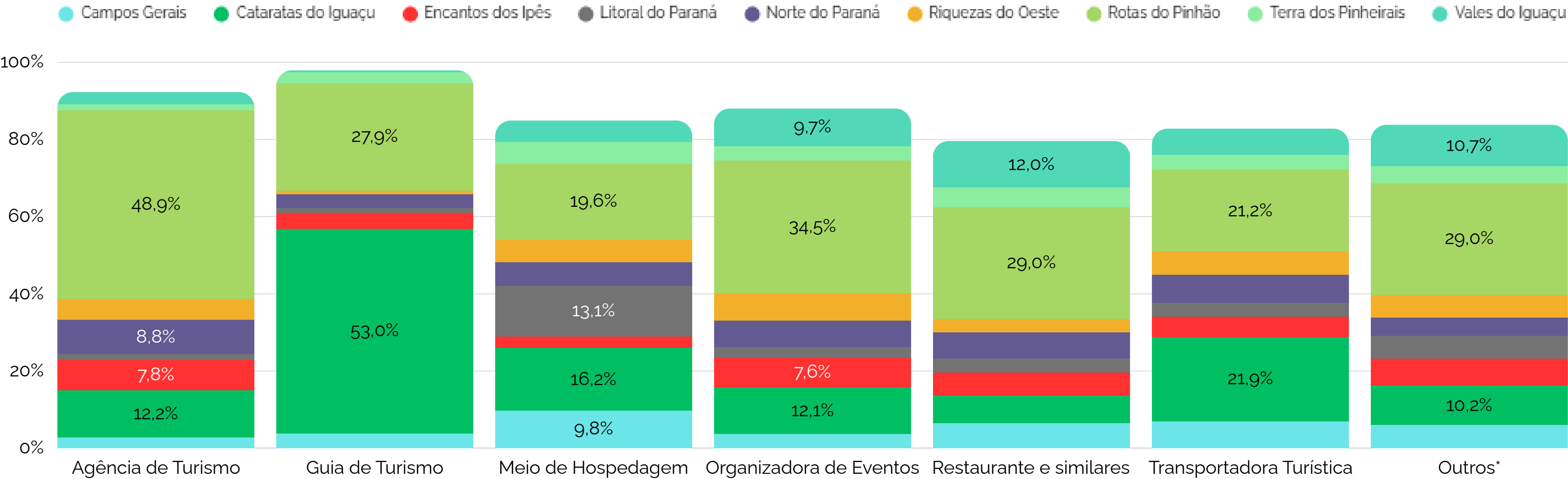
Atividades das empresas respondentes

As três atividades características do turismo que mais participaram da pesquisa foram: Agência de Turismo (24,7%), Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares (22,5%) e Meio de Hospedagem (16,2%).

Cadastros de empresas no CADASTUR



CADASTUR nos Territórios

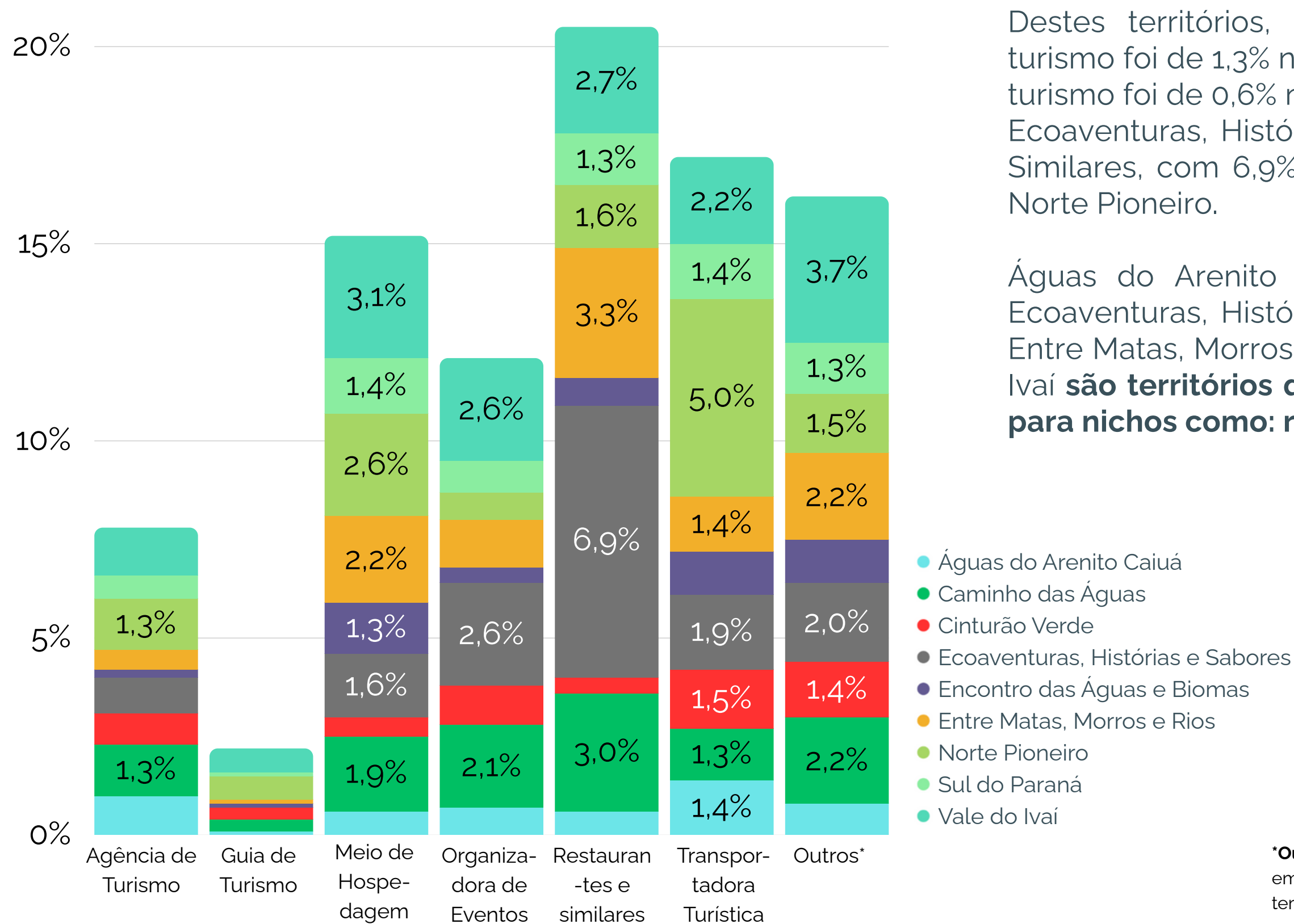


É evidente que Rotas do Pinhão contém grande parcela de todas os Cadastros no CADASTUR, com destaque para as agências de turismo (**48,9%**). Já para as guias de turismo (**53,0%**) o destaque é para Cataratas do Iguaçu e Caminho ao Lago de Itaipu que também contém grande representatividade em outras atividades. O Norte do Paraná tem uma parcela entre **3,5%** a **8,8%** dos cadastros, enquanto que o Litoral do Paraná tem a maior representatividade nos meios de hospedagem (13,1%).

Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu é um destino mais completo e internacional. Rotas do Pinhão é um polo de negócios, eventos e gastronomia. Vales do Iguaçu é um misto de turismo de eventos, lazer e negócios. Litoral do Paraná é forte em hospedagem, mas ainda frágil em diversificação de serviços.

***Outros:** acampamento turístico, casa de espetáculos e centro de eventos, empreendimento de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva, parque temático e parque aquático, locadora de veículos para turistas, prestador especializado em seguimentos turísticos e prestador de serviços de infraestrutura de apoio a eventos.

CADASTUR nos Territórios



Destes territórios, a maior representatividade de agências de turismo foi de 1,3% no Território Caminho das Águas, já dos guias de turismo foi de 0,6% nos Territórios do Norte Pioneiro e Vale de Ivaí. Ecoaventuras, Histórias e Sabores, se destaca nos Restaurantes e Similares, com 6,9% e com 5,0% das transportadoras turísticas no Norte Pioneiro.

Águas do Arenito Caiuá, Caminho das Águas, Cinturão Verde, Ecoaventuras, Histórias e Sabores, Encontro das Águas e Biomas, Entre Matas, Morros e Rios, Norte Pioneiro, Sul do Paraná e Vale do Ivaí **são territórios que carecem de estrutura, mas têm potencial para nichos como: rural, cultural, gastronômico e religioso.**

***Outros:** acampamento turístico, casa de espetáculos e centro de eventos, empreendimento de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva, parque temático e parque aquático, locadora de veículos para turistas, prestador especializado em seguimentos turísticos e prestador de serviços de infraestrutura de apoio a eventos.

Cadastrros no CADASTUR e os Territórios

Cadastrros mais representativos

- **Restaurantes, bares e similares** - presentes de forma consistente em quase todos os territórios, com destaque para Rotas do Pinhão (29,0%) e Vales do Iguaçu (12,0%),
- **Meios de hospedagem** - maior concentração em Rotas do Pinhão (19,6%), Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu (16,2%) e Litoral do Paraná (13,1%).
- **Guias de turismo** - muito forte em Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu (53,0%) e Rotas do Pinhão (27,9%), o que reforça o caráter receptivo do destino internacional.
- **Parques temáticos e aquáticos** - destaque para Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu (32,2%), que concentra atrativos de grande porte e Rotas do Pinhão (11,9%) e Vales do Iguaçu (11,9%).

Oportunidades de crescimento

- **Turismo de negócios e eventos**: pode ser melhor explorado em polos como Campos Gerais e Norte do Paraná, aproveitando a estrutura empresarial.
- **Turismo gastronômico e cultural**: territórios como Riquezas do Oeste e Terra dos Pinheirais podem reforçar roteiros e eventos locais.
- **Turismo náutico e de aventura**: pouco representado, pode ser expandido em Vale do Ivaí, Norte do Paraná e Litoral do Paraná.

Destaques de alguns Territórios

- **Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu**, possui a estrutura mais completa: guias, hospedagem, restaurantes, locadoras e parques temáticos e com grande concentração em entretenimento e lazer (12,2%) e parques temáticos (32,2%) - reforça perfil internacional.
- **Rotas do Pinhão** (Curitiba e região) apresenta uma força no turismo de negócios: hospedagem (19,6%), organizadores de eventos (34,5%) e centros de convenções (25,3%).
- **Vales do Iguaçu**, apresenta alta concentração em centros de convenções (11,0%) e restaurantes (12%), com o perfil voltado a turismo de eventos e negócios, além do lazer.
- **Campos Gerais**, apresenta serviços turísticos mais equilibrados: hospedagem (9,8%), restaurantes (6,6%) e guias (3,9%), além de boa base de agências (2,9%), mas ainda com menor representatividade em lazer.
- **Litoral do Paraná**, é forte em hospedagem (13,1%) e acampamento turístico (12,7%), voltado ao turismo de sol e praia, porém pouca presença de guias e entretenimento - aponta sazonalidade.
- **Territórios menos desenvolvidos** - Norte Pioneiro, Riquezas do Oeste, Terra dos Pinheirais, Vale do Ivaí - possuem estrutura de serviços muito reduzida, concentrada em hospedagem pontual, produtores locais e pequenas agências, apresentando potencial para fortalecimento do turismo regional (rural, histórico e gastronômico).

Serviços oferecidos e os Territórios

Perfis de Territórios

- **Maior diversidade de serviços:** Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu e Rotas do Pinhão têm uma ampla variedade de serviços, incluindo agências, artesanato, espetáculo, guias, locadoras e transportadoras. Isso indica destinos turísticos mais estruturados, com oferta complementar para visitantes. Vales do Iguaçu também apresenta uma boa distribuição de serviços, especialmente em hospedagem, produtor rural e restaurantes.

Tipos de serviços mais presentes

- **Hospedagem:** muito forte no Litoral do Paraná (15,0%) seguido de Rotas do Pinhão (13,4%) e Norte do Paraná (11,5%).
- **Agências:** destaque para Rotas do Pinhão (33,0%), sugerindo grande presença de operadoras de turismo.
- **Restaurantes:** alta presença em Rotas do Pinhão (16,0%), Encantos dos ipês e Litoral do Paraná (11,1%, cada), refletindo a importância da gastronomia em destinos turísticos consolidados.
- **Casas de Espetáculos:** Norte do Paraná e Rotas do Pinhão (25,0%, cada) e Vales do Iguaçu (16,7%) se destacam, mostrando forte oferta de atrações culturais e de entretenimento.

Oportunidades de crescimento

- Territórios com **menor presença de serviços**, como Caminho das Águas, Norte Pioneiro e Entre Matas, Morros e Rios, sugerindo a possibilidade de novos investimentos em: hospedagem e restaurantes, para aumentar permanência de turistas. Agências e transportadoras turísticas, para facilitar o acesso.
- Alguns territórios têm **concentração de serviços específicos:** Riquezas do Oeste apresenta forte presença em produtor rural e serviços especializados, mas baixa diversidade geral.
- Sul do Paraná e Vale do Ivaí têm **presença baixa** de todos os serviços, indicando potencial para desenvolvimento turístico.

Observações gerais

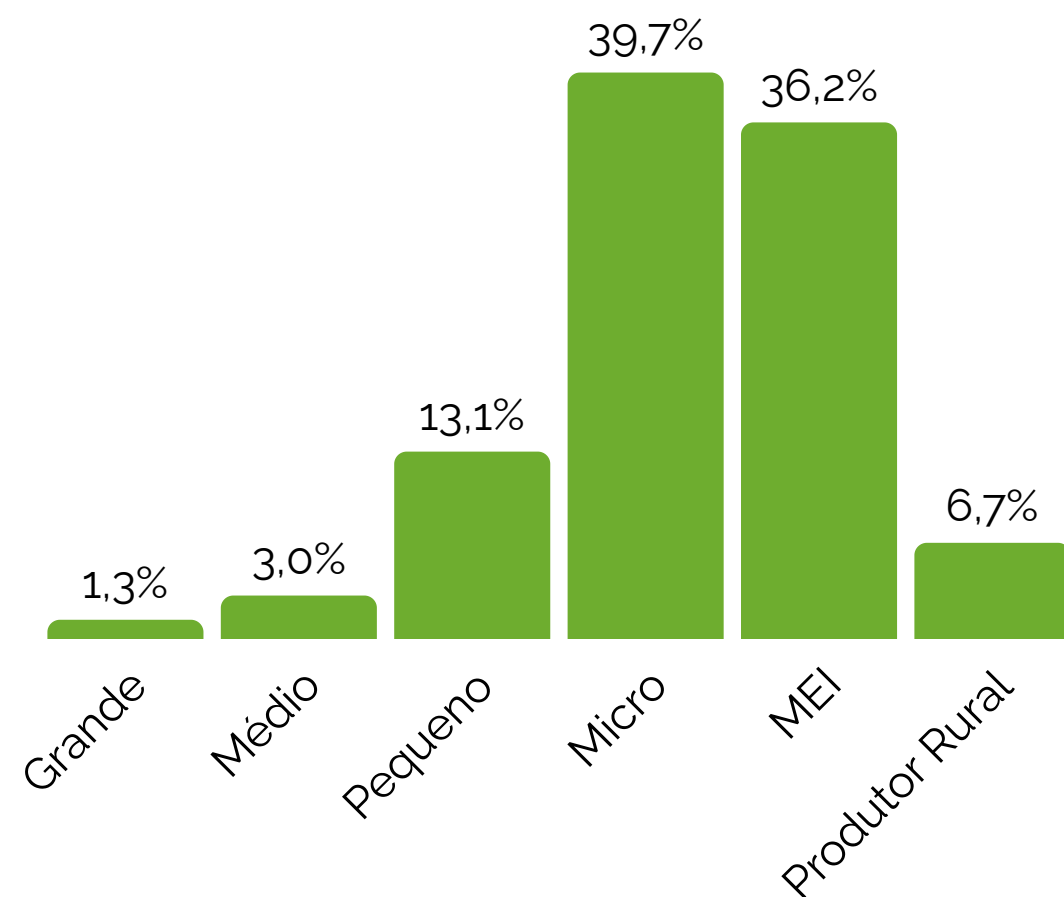
- **Destinos consolidados** como Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu, Rotas do Pinhão e Vales do Iguaçu apresentam ampla oferta de serviços, mostrando preparo para atração de diferentes tipos de turistas.
- Territórios com **baixa diversidade** podem se beneficiar da integração de diferentes serviços (ex.: agência + hospedagem + gastronomia + transporte) para aumentar competitividade.
- A **presença** de produtores rurais e artesanato é mais distribuída nos territórios do interior, mostrando o potencial do turismo rural e experiências locais.

Perfil das empresas

Porte das empresas

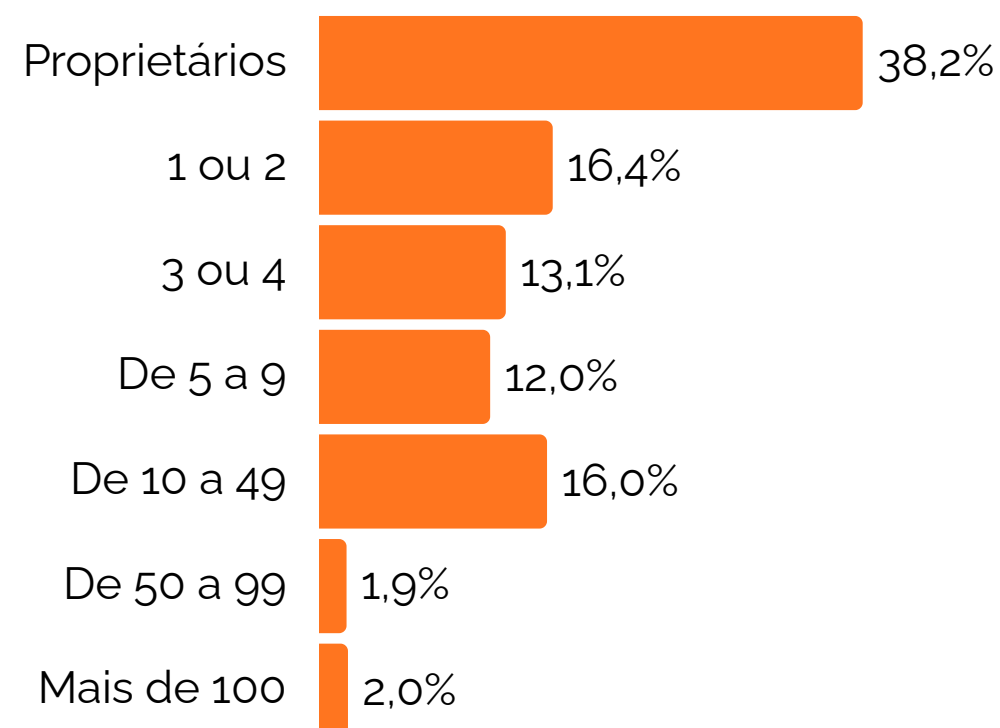
O porte das empresas em sua maioria são, Microempresa (**39,7%**) e MEI (**36,2%**).

Seguidos de dos com menores representatividades: Pequeno Porte (13,1%), Produtor Rural (6,7%), Médio porte (3,0%) e Grande porte (1,3%).



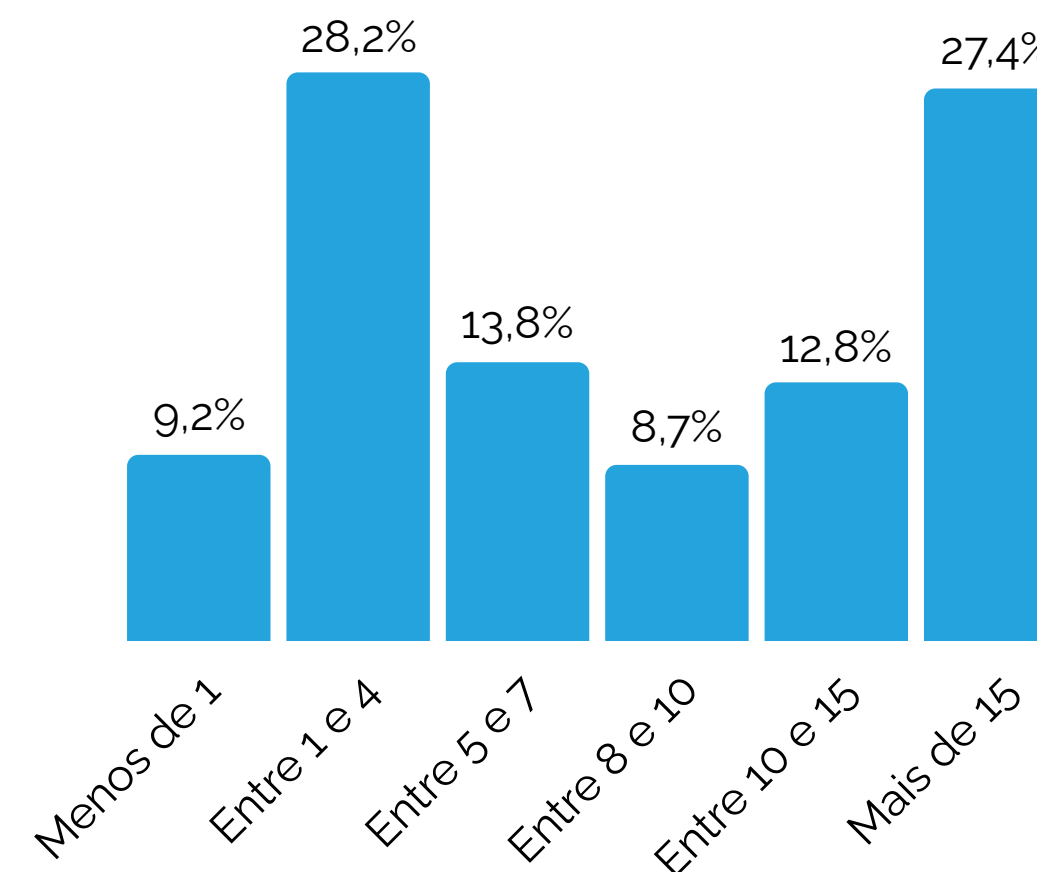
Número de colaboradores

Em relação ao número de colaboradores, observa-se que **38,2%** das empresas são formadas pelos sócios e proprietários. Já 16,4% contam com **1 ou 2** colaboradores, enquanto 13,1% tem de **3 ou 4**. Empresas de 50 a 99 representam 1,9% e aquelas com mais de 100 colaboradores somam **2,0%**.



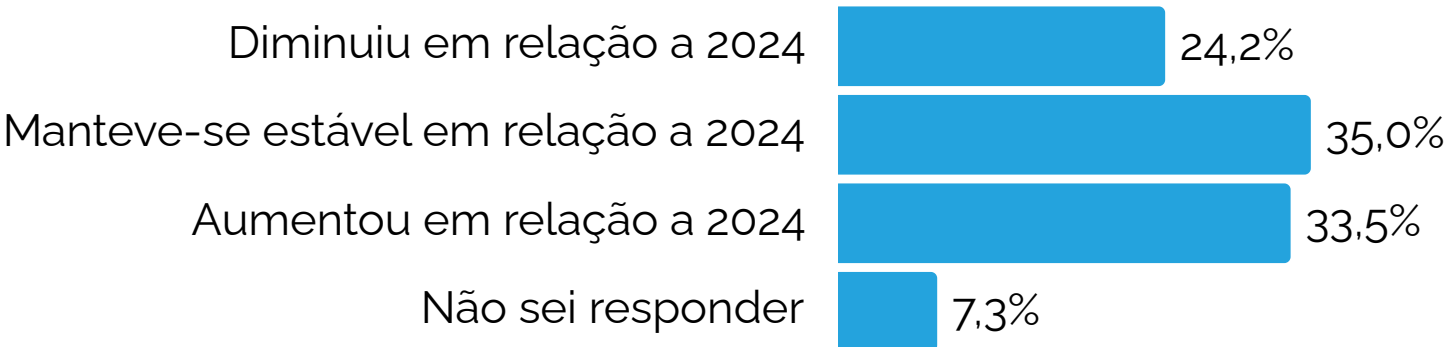
Tempo de existência da empresa (anos)

51,2% das empresas existem há menos de 7 anos. Os tempos de existência expressivos são "Entre 1 e 4 anos" (28,2%) e "mais de 15 anos" (27,4%). "Entre 5 e 7" representam 13,8%.



Perspectivas das empresas

Faturamento



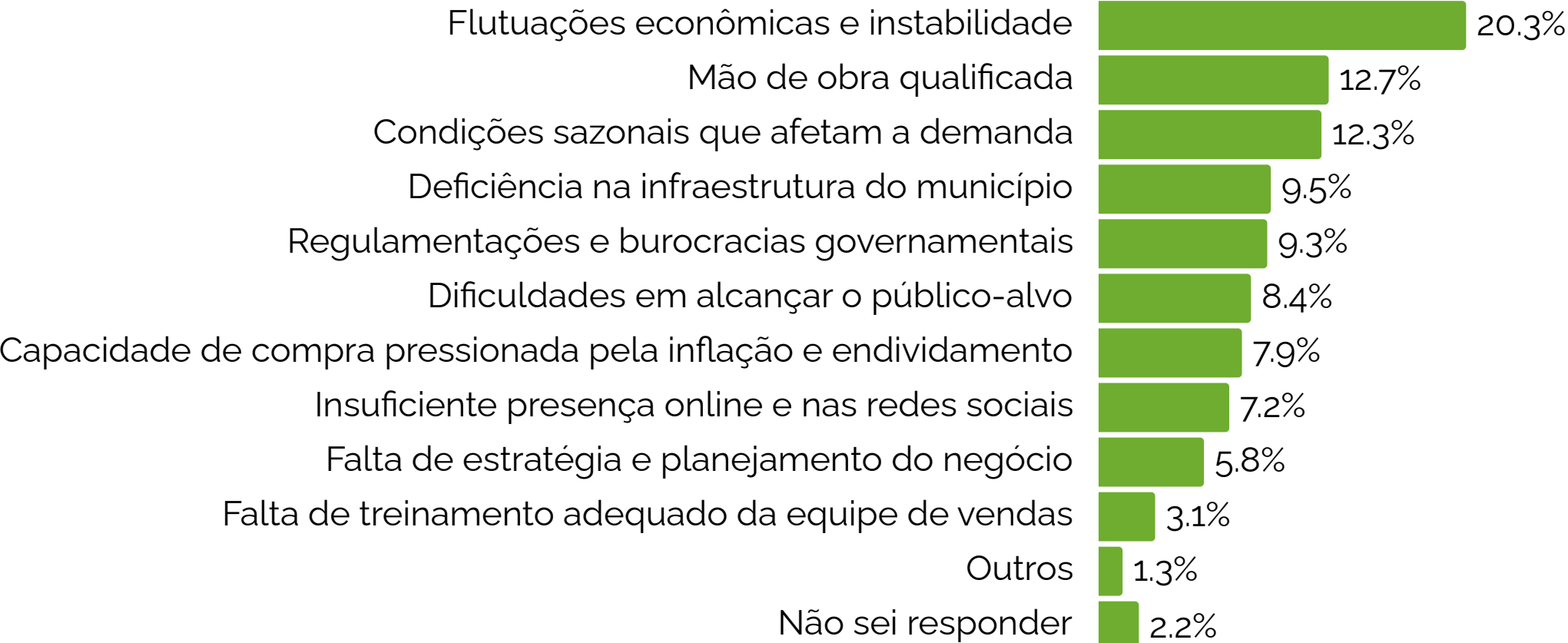
33,5% dos empresários afirmaram que o faturamento aumentou em relação ao ano de 2024, já para 35,0% se manteve estável e para 24,2% diminuiu o faturamento.

As principais dificuldades para o crescimento das empresas são as flutuações econômicas e instabilidade (20,3%), mão de obra qualificada (12,7%), condições sazonais que afetam a demanda (12,3%), deficiência na infraestrutura do município (9,5%) e regulamentações e burocracias governamentais (9,3%).

Expectativas

63,4% pretende expandir suas atividades nos próximos 6 meses (jun-dez/2025), enquanto 34,2% pretende manter as atividades e 1,5% reduzirá as atividades.

Dificuldades para o crescimento das vendas



Financiamento

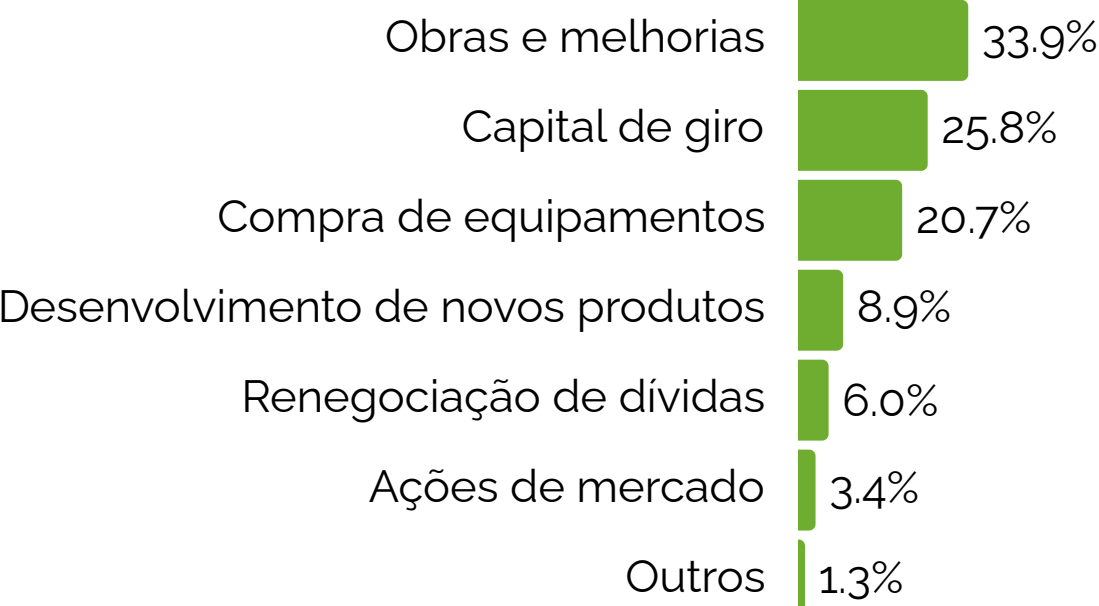
Necessidade de financiamento



59,6% Sim

40,4% Não

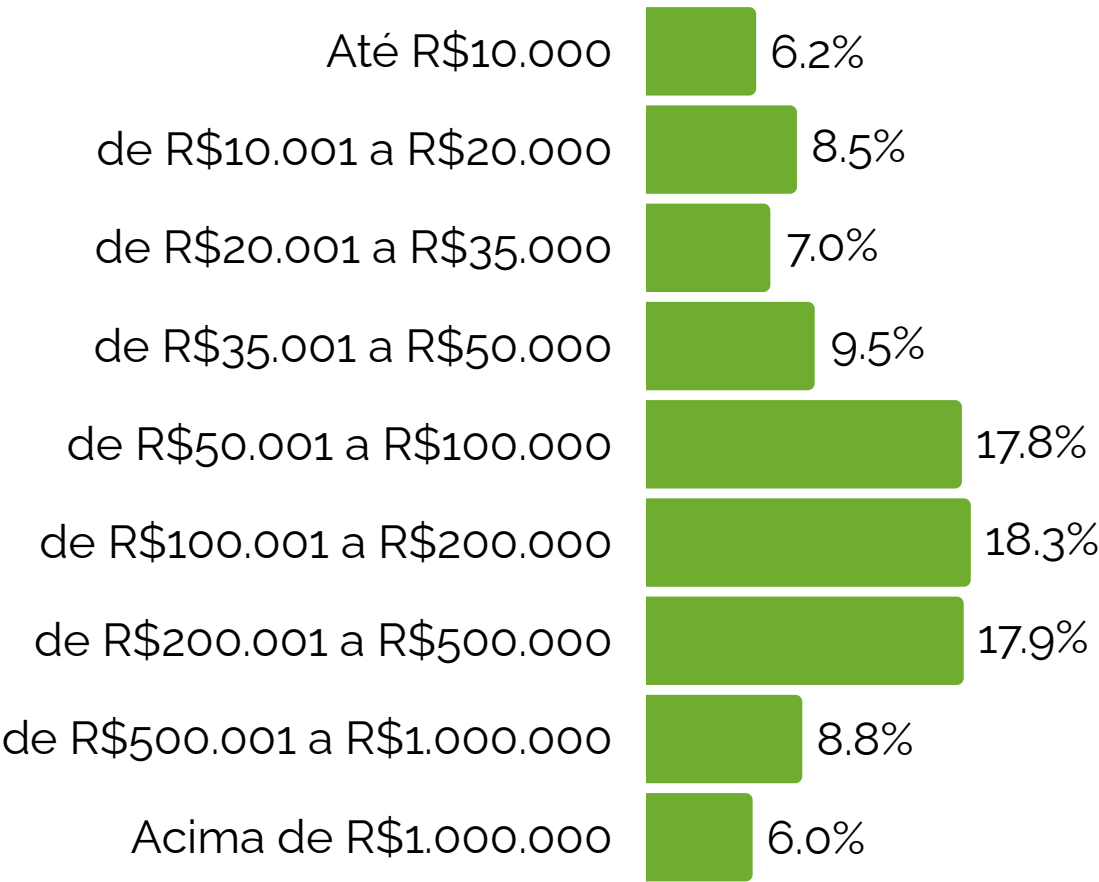
Necessidades de financiamento



Obras e melhorias representa 33,9% da principal necessidade de financiamento. Capital de giro, 25,8%, compra de equipamentos, 20,7%, desenvolvimento de novos produtos, 8,9%, renegociação de dívidas, 6,0% e ações de mercado, 3,4%.

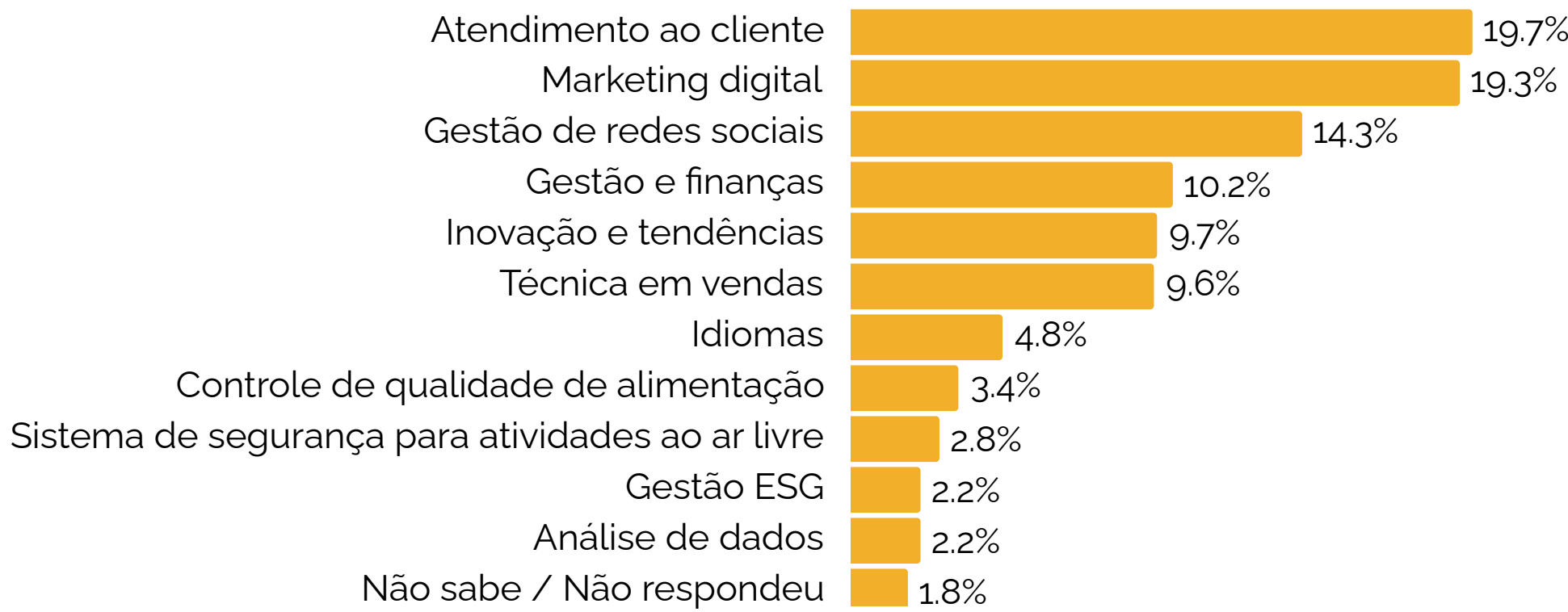
Montante de financiamento

31,2% dos empresários declararam que o montante necessário de financiamento seria de ao menos até 50 mil reais. Ente R\$ 50 mil e \$R 200 mil são 36,1% e acima de R\$ 201 mil são 32,7%.



Capacitação empresarial

Tipos de capacitação



Entre as empresas pesquisadas, **34,1%** submetem todos os novos colaboradores a processos de capacitação, enquanto **18,5%** realizam esse treinamento apenas para determinados cargos ou funções. Já **18,6%** afirmam incentivar a capacitação de forma independente, ficando a cargo do colaborador.

Prática ambiental, social e de governança (ESG)

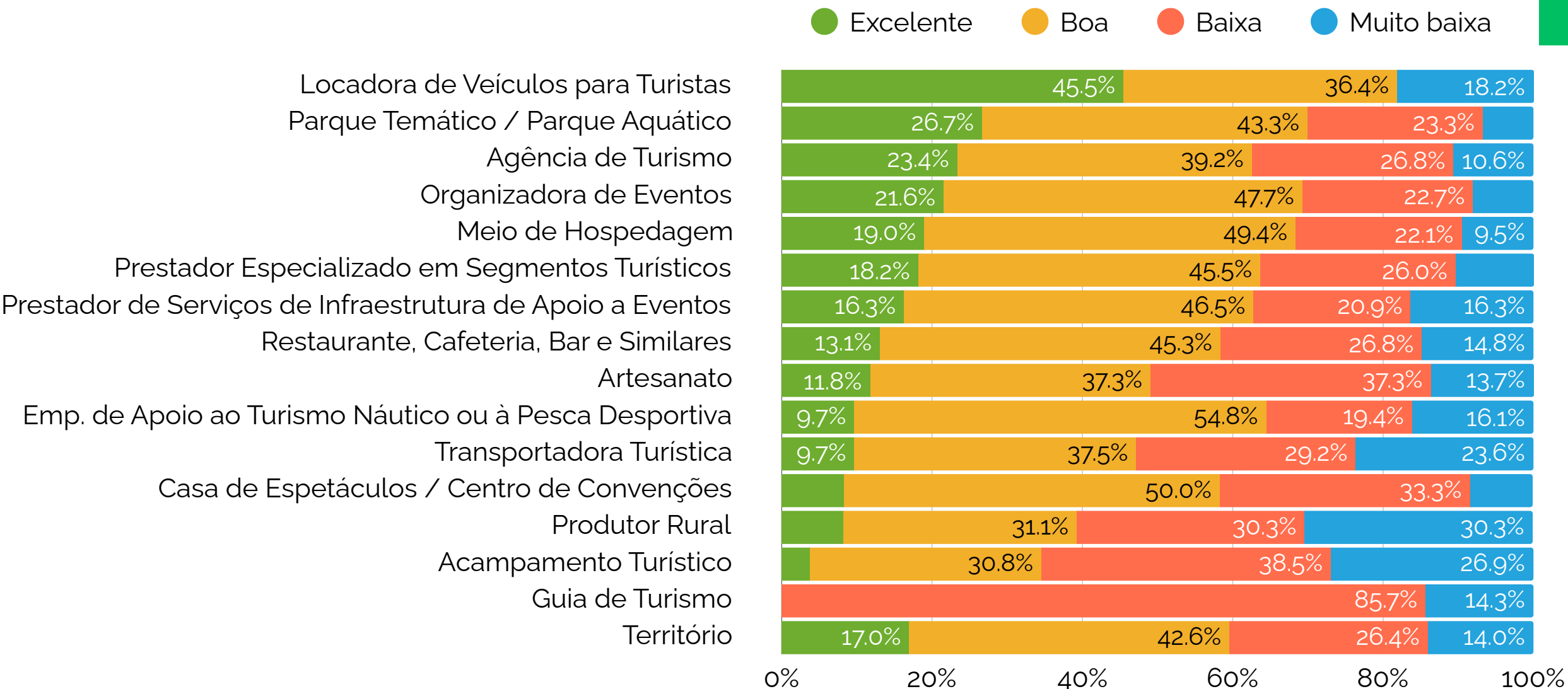
No que se refere às **práticas de responsabilidade ambiental, social e de governança (ESG)**, destaca-se que a separação e reciclagem de resíduos por **21,1%** das empresas. Em seguida, aparecem o uso racional da água (**14,4%**) e a preferência por fornecedores locais (**13,4%**). Apenas **1,5%** das empresas declararam não adotar nenhuma prática relacionada.



Digitalização

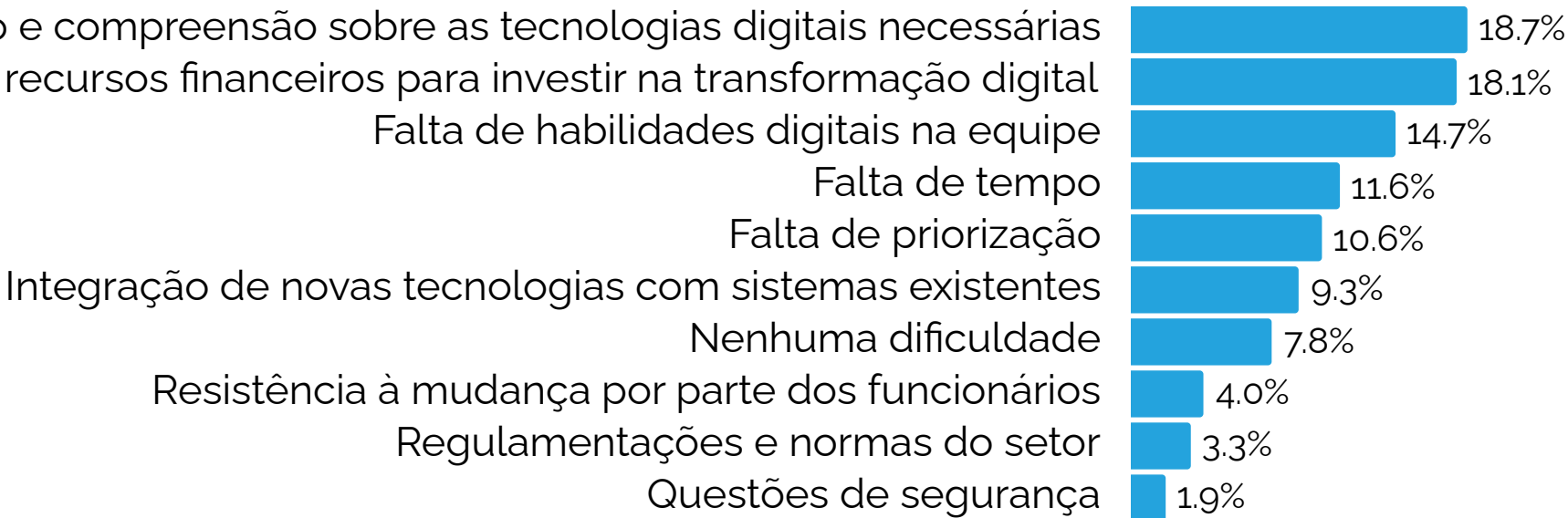
Nível de digitalização das empresas

O nível de digitalização mostra que **59,6%** das empresas estão nos níveis excelente e bom. Baixa e muito baixa somam **40,4%**, indicando que muitas empresas ainda precisam dedicar esforços para alcançar bons níveis de digitalização. Destaque positivo para **locadora de veículos para turistas, com 81,9%** para os níveis excelente e bom.



Dificuldade para implementar a transformação digital

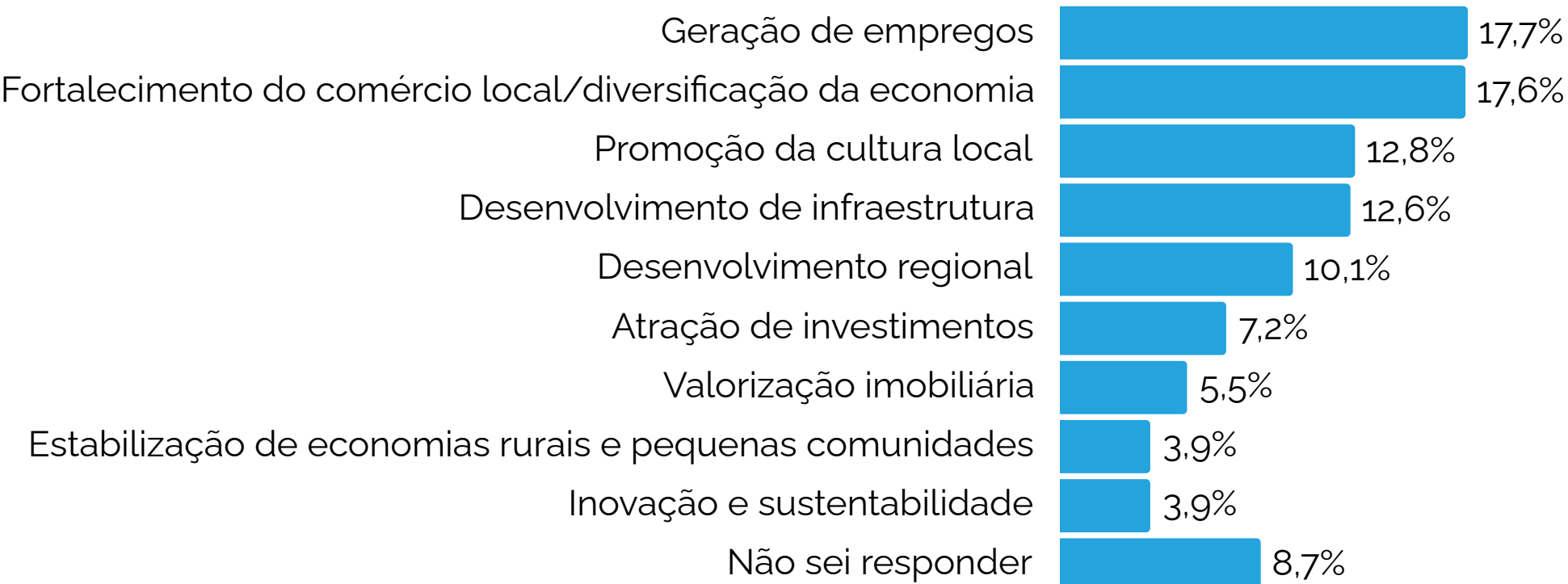
Em **33,5%** das empresas há a dificuldade de implementar a transformação digital relacionada à falta de conhecimento das tecnologias e habilidade digitais na equipe e ainda, **4,0% demonstra resistência** por parte dos funcionários. Falta de tempo e de priorização somam 22,2%.



Principais benefícios e preocupações

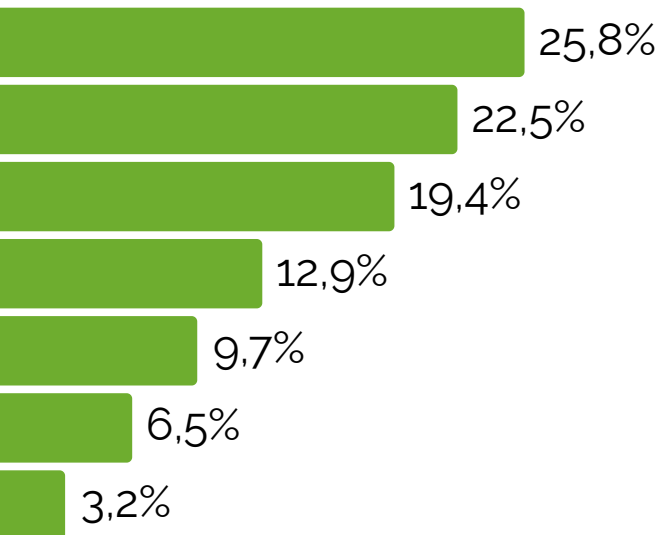
Benefícios do turismo percebidos no município

Os benefícios do turismo percebidos no município mais presentes entre os empresários é a geração de empregos (17,7%) e o fortalecimento do comércio local e diversificação da economia, 17,6%. Promoção da cultura local representa 12,8% e desenvolvimento de infraestrutura, 12,6%. Desenvolvimento regional é o principal benefício para 10,1%. Não sabem responder são 8,7%.



Preocupações em relação ao turismo no município

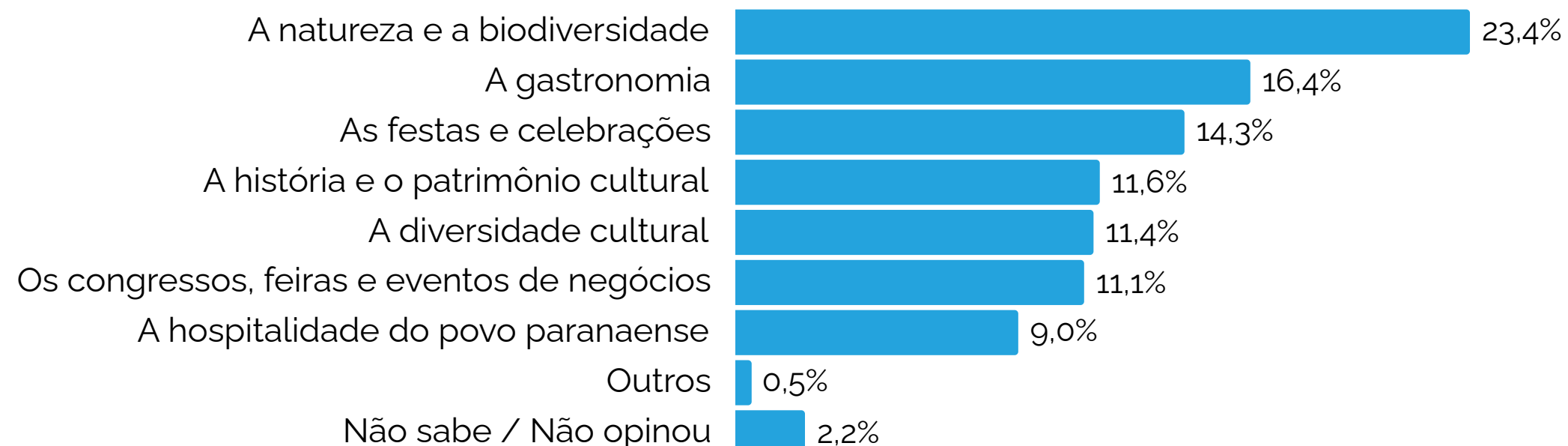
A falta de compreensão sobre o turismo pela população local
Não tenho preocupações a respeito
Gerar danos ao meio ambiente e impactos sobre os recursos naturais
Não percebo o turismo no meu município no momento
Risco de gerar problemas de segurança pública
Risco de elevar o custo de vida e da moradia
Risco de complicar o tráfego e a mobilidade local



Chama a atenção o fato de que **61,2%** dos respondentes afirmaram não compreender, não se preocupar ou ainda não perceber o turismo em seu município. Por outro lado, **19,4%** acreditam que a atividade turística pode gerar danos ao meio ambiente, enquanto outros **19,4%** consideram que o turismo pode representar riscos à segurança, elevar o custo de vida ou dificultar a mobilidade urbana.

Destques do Território

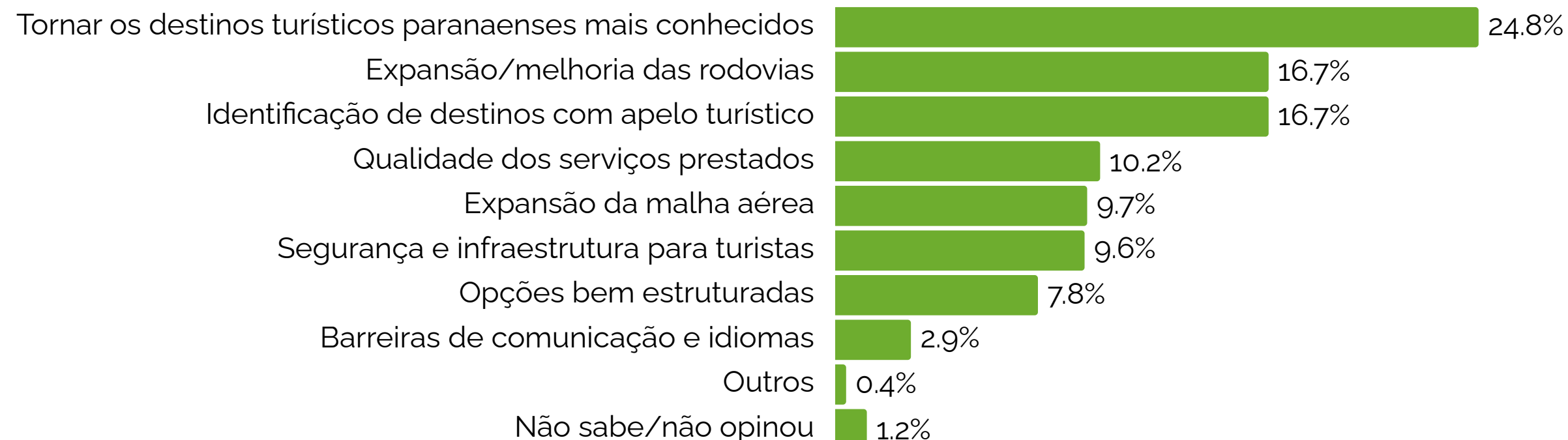
Principais elementos representativos do Município



A natureza e biodiversidade (23,4%) é um dos elementos mais representativos do Estado, seguido da gastronomia (16,4%), festas e celebrações (14,3%). A história e o patrimônio cultural (11,6%), diversidade cultural (11,4%) e congressos, feiras e eventos de negócios (11,1%) são elementos representativos para muitos empresários.

Desafios do Paraná para se destacar como Destino Turístico

A pesquisa revela que o maior desafio para o Paraná é identificar e divulgar os destinos turísticos, **41,5%**. Relacionados a infraestrutura, tem expansão e melhoria das rodovias, 16,7%, malha aérea, 9,7% e segurança, 9,6%. Qualidade dos serviços prestados aparece com 10,2%.



Análise setorial

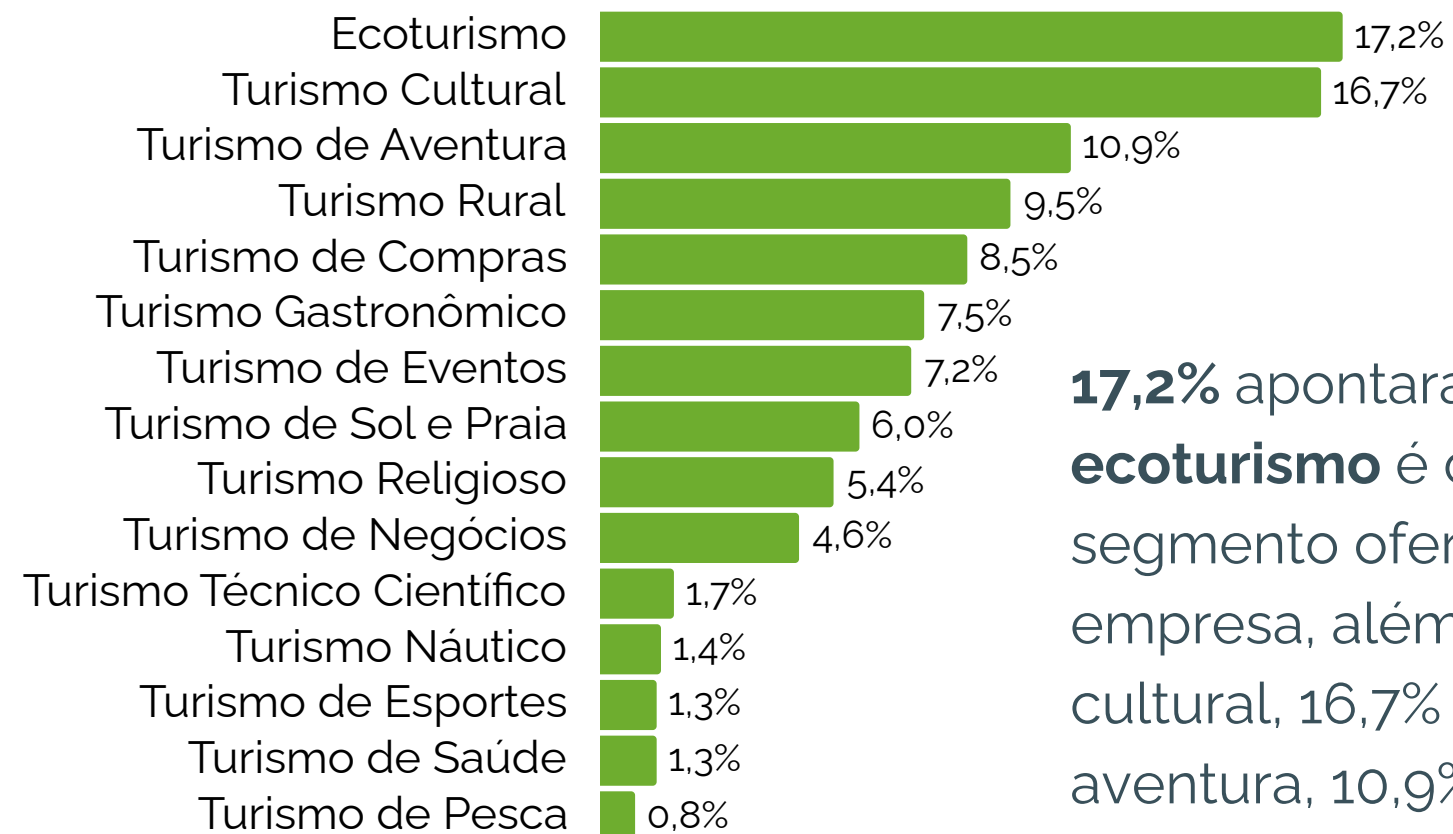
- Agência de Turismo - Receptivo
 - Meio de Hospedagem
 - Organizadora de Eventos
 - Restaurante, Cafeteria, Bar e Similaressão
-

Questões específicas analisadas

- Perfil e origem dos clientes
- Segmentos mais ofertados
- Problemas que afetam o setor
- Ocupação média do estabelecimento
- Meses de maior movimentação

Agência de turismo - Receptivo

Segmentos turísticos mais ofertados pelas empresas



17,2% apontaram que o **ecoturismo** é o principal segmento ofertado pela empresa, além do turismo cultural, 16,7% e de aventura, 10,9%.

Problemas que afetam a comercialização turística

A comercialização turística é impactada por diversos desafios, incluindo a principalmente o desconhecimento do público consumidor (28,1%), pouca promoção de destinos, roteiros e regiões turísticas (18,9%) e dificuldade de acesso e carência da infraestrutura de apoio ao turista (18,2%).

Origem dos clientes

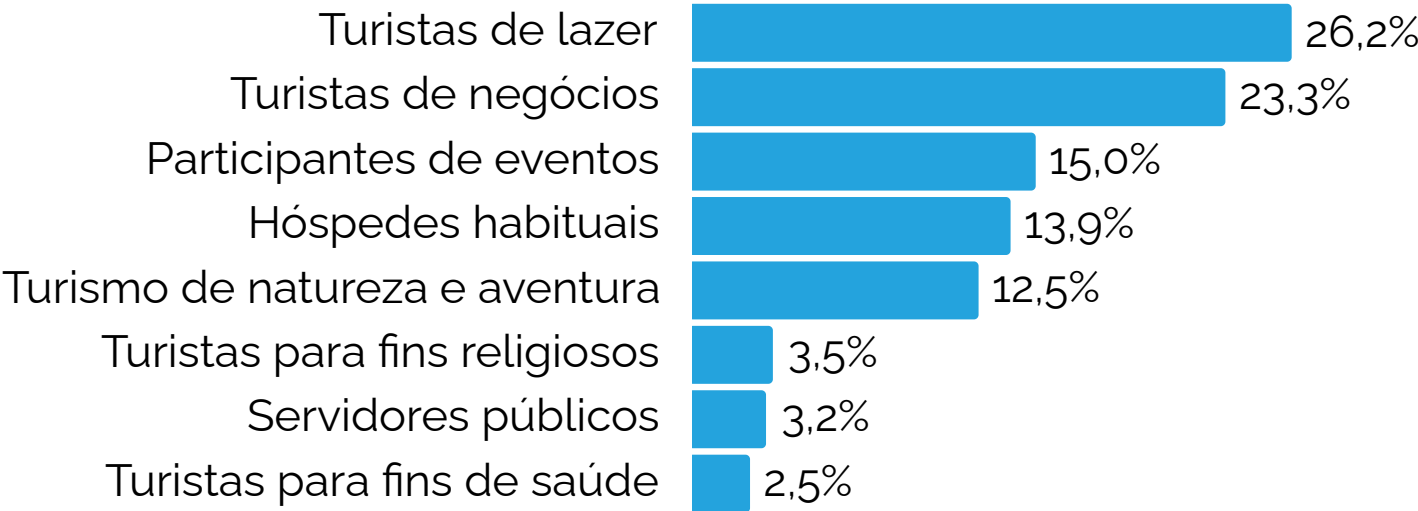
Movimentação	Paraná	Outros estados	Argentina	Outros países
0 a 20%	23,1%	44,6%	87,6%	76,5%
21 a 40%	12,1%	24,4%	7,5%	8,5%
41 a 60%	16,9%	15,0%	2,3%	5,2%
61 a 80%	31,9%	12,7%	2,6%	5,5%
81 a 100%	16,0%	3,3%	-	4,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Os principais usuários dos serviços das agências são os paranaenses: em 31,9% das empresas, esse público corresponde a entre 61% e 80% do **movimento**. Em relação aos turistas de outros estados brasileiros, 44,6% das empresas indicam participação até 20%. Já no caso da **Argentina**, o percentual é ainda mais expressivo: **87,6%** das empresas relataram movimentação **até 20%**, proporção semelhante à registrada para turistas de outros países, que alcança **76,5%**.

Os meses de Dezembro (20,7%), Janeiro (20,2%), Julho (11,6%) e Fevereiro (11,3%) são os mais movimentados para a atividade.

Meio de Hospedagem

Perfil dos hóspedes



26,2% apontaram que os turistas de lazer é o perfil de hóspede que mais recebem nos estabelecimentos, seguido de turistas de negócios (representantes comerciais e a trabalho), 23,3% e participantes de eventos, 15,0%. Hóspedes habituais são 13,9%.

Ocupação média do estabelecimento

32,4% dos estabelecimentos têm a ocupação média entre **41% e 60%**, 29,5% entre 61% e 80% e 21,6% entre 21% e 40%. Ocupação média de 0% a 20% é o apontamento de 11,5% empresários e de 81% a 100%, 5,0%.

Origem dos clientes

Movimentação	Paraná	Outros estados	Argentina	Outros países
0 a 20%	5,6%	31,9%	91,5%	89,1%
21 a 40%	15,3%	33,9%	6,5%	6,9%
41 a 60%	27,0%	22,2%	0,8%	2,0%
61 a 80%	40,3%	11,3%	0,8%	2,0%
81 a 100%	11,7%	0,8%	0,4%	-
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

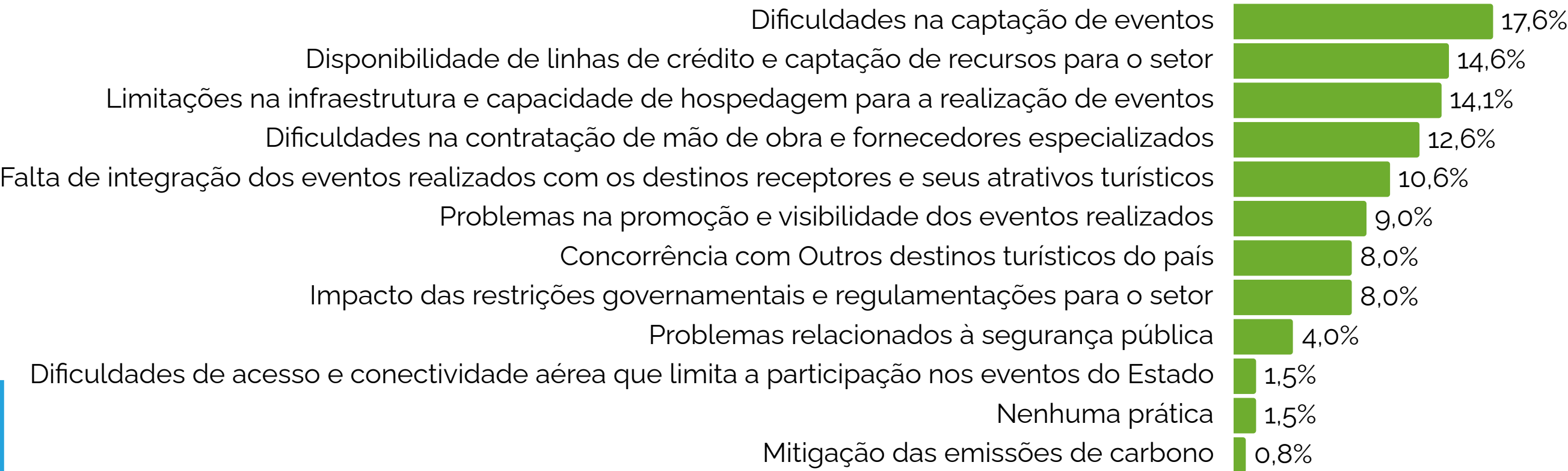
A origem dos clientes dos meios de hospedagem são os **paranaenses**, para 40,3% dos empreendimentos indicam que esse público é responsável por **61% a 80%**. Da Argentina e outros países a movimentação está entre 0% a 20%.

Meses de movimentação

Os meses de Janeiro (21,1%), Dezembro (19,3%), Fevereiro (12,3%) e Julho (11,1%) são os mais movimentados para a atividade.

Organizadora de Eventos

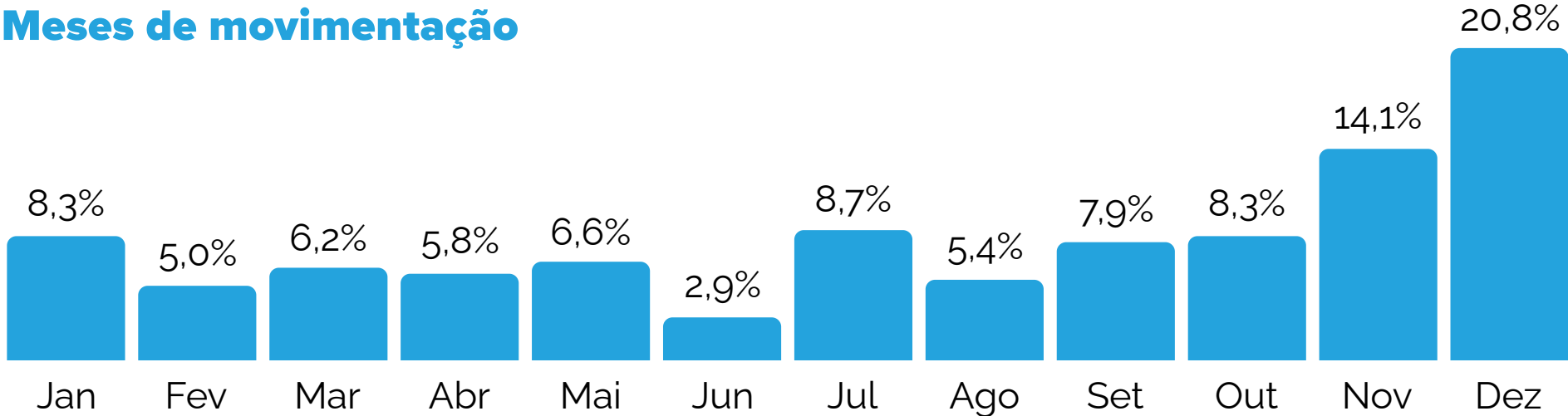
Principais problemas que afetam o setor



Os principais problemas que afetam o setor de eventos são as dificuldades na captação de eventos (17,6%), disponibilidade de linhas de crédito e captação de recursos (14,6%) e limitações na infraestrutura e capacidade de hospedagem (14,6%). Outro fator é a dificuldade na contratação de mão de obra e fornecedores especializados (12,6%).

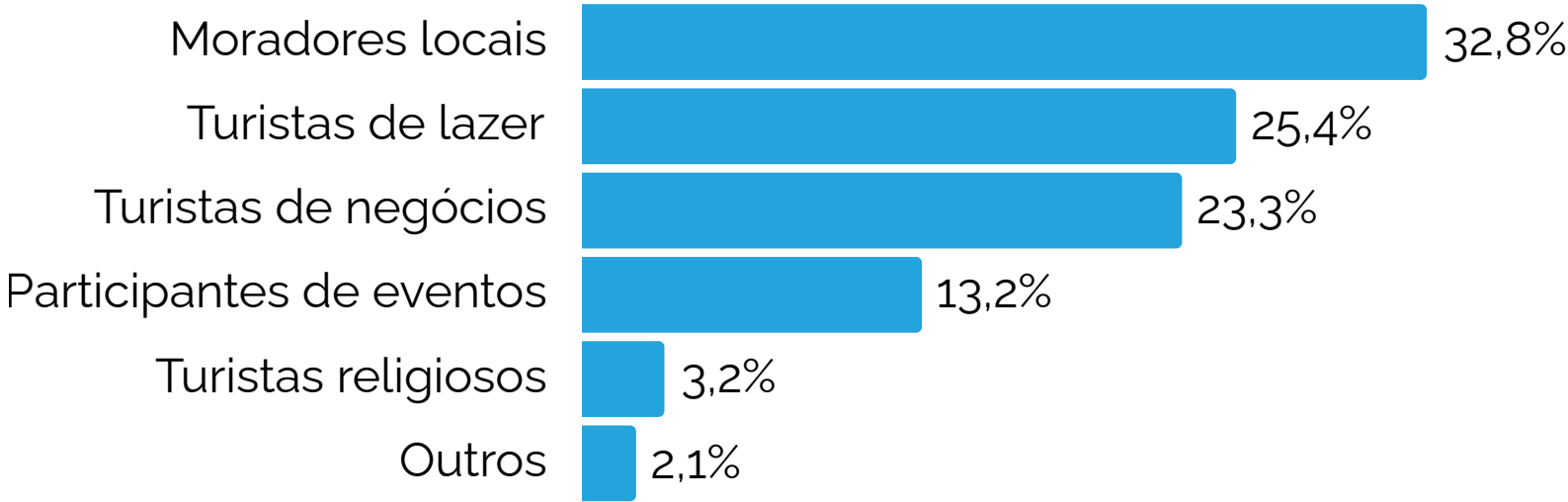
Meses de movimentação

Os meses de Dezembro (20,7%) e Novembro (14,1%) são os meses de maior movimentação. Depois, Julho (8,7%), Janeiro (8,3%) e Outubro (8,3%).



Restaurante, Cafeterias, Bar e Similares

Perfil do consumidor que procura os estabelecimentos



O perfil de consumidores mais presente nos estabelecimentos é formado principalmente por moradores locais (32,8%), seguido por turistas de lazer (25,4%) e turistas de negócios (23,3%).

Meses de maior movimentação

Os meses de maior movimentação são Dezembro (27,6%), Janeiro (16,0%), Novembro (13,1%).

Origem dos clientes

A origem dos clientes dos restaurantes e similares é predominantemente paranaense: 50,4% das empresas indicam que esse público representa entre 61% e 80% do movimento, enquanto 24,3% apontam participação acima dos 81%. Já os clientes da Argentina e de outros países concentram-se até 20%.

Movimentação	Paraná	Outros estados	Argentina	Outros países
0 a 20%	6,5%	59,5%	94,1%	90,6%
21 a 40%	5,3%	27,0%	4,1%	6,5%
41 a 60%	13,5%	9,1%	1,5%	2,3%
61 a 80%	50,4%	2,3%	0,3%	0,6%
81 a 100%	24,3%	2,1%	-	-
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

FICHA TÉCNICA

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ
Carlos Roberto Massa Ratinho Júnior
Governador

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO
Leonardo Paranhos
Secretário Estadual

DIRETORIA DE PROMOÇÃO, INOVAÇÃO E INTELIGÊNCIA TURÍSTICA
Sandra Maria Negrini Brisola
Diretora

COORDENADORIA DE INTELIGÊNCIA E ESTRATÉGIA TURÍSTICA

Gilce Zelinda Battistuz
Estatística

Joelson Willian Martins da Silva
Assessor técnico

Luís Henrique Oliveira da Silva
Estatístico

Visite o SiTU



Como citar os dados?

SETU-PR.(2025). Secretaria de Estado do Turismo do Paraná. Pesquisa Empresarial 2025. Paraná.

PARA DÚVIDAS SOBRE OS DADOS, ENTRE EM CONTATO:

inteligencia@turismo.pr.gov.br

<https://www.turismo.pr.gov.br/Pagina/Inteligencia-Turistica>